



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Anzeigenpreise im Innenteil: Umfang ganze Seite 360 (Kleinere als viertel. Anzeigen sind im III. Teil nicht zu viergespaltene Petitzeilen. Mitgliederpreis: Die Zeile 0.25 M., 1/2 S. 70.— M., 1/2 S. 39.— M., 1/2 S. 20.— M. Nichtmitgliederpreis: Die Zeile 0.50 M., 1/2 S. 140.— M., 1/2 S. 78.— M., 1/2 S. 40.— M. — **Illustrierter Teil:** Mitglieder: 1 S. (nur ungeteilt) 140.— M. übrige Seiten: 1/2 S. 120.— M., 1/2 S. 65.— M., 1/2 S. 35.— M. Nichtmitgl. 1 S. (nur unget.) 280.— M. übrige S.: 1/2 S. 240.— M., 1/2 S. 130.— M., 1/2 S. 70.— M. (Einzelfall jederzeit vorbeh. — Weiderseit. Erf. — Ort: Leipzig. Bank: ADCA, Leipzig — Postsch.-Kto.: 13463 — Fernspr.: Sammel-Nr. 70856 — Tel.-Adr.: Buchbörse)

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 30 (N. 16).

Leipzig, Sonnabend den 5. Februar 1927.

94. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Propagandaformen des englischen Buchhandels.

Von Fritz Schnabel, kurzzeit London.

Die Art der buchhändlerischen Werbeformen wird in England wie in allen anderen Ländern von der geistigen Struktur des Durchschnittseinwohners bestimmt. Die Engländer sind ein Inselvolk. Eine Folge der insularen Lage ist vor allen Dingen der konservative Geist, der sich überall in England bemerkbar macht. Der Engländer hat weniger Verbote als wir, aber mehr Regeln, geschriebene und ungeschriebene. Er bringt allem Gewachsenen eine ganz natürliche Achtung entgegen. Der Instinkt leitet ihn sicherer als der Intellekt. Das sportliche Leben ist eine Volksangelegenheit, an der alle Engländer gleichermaßen interessiert sind, und der wohlthätige Einfluß des Sports verhütet bis zu einem gewissen Grade die Klassengegensätze, schafft den Begriff des »fair play«. Neben dem sportlichen Leben ist es vor allem das religiöse Leben, das dem englischen Volkscharakter bestimmte Prägung gibt. Rudolf Kircher sagt in seinem noch viel zu wenig bekannten Buch »Engländer«*):

»Ich weiß nicht, ob es heutzutage möglich ist, sich in anderen Ländern genügend deutlich vorzustellen, welche tiefe Bedeutung das religiöse Gefühl und Bekenntnis für das öffentliche Leben Englands immer noch hat. Hypokrisie und Wahrhaftigkeit laufen in diesen Dingen fast unmerklich und fast immer unbewußt ineinander über. Darum ist schwer zu sagen, wieweit das religiöse Leben Englands im weitesten Kreis und vollends bei seinen führenden Staatsmännern echt und bedingungslos wahrhaftig ist. Sicherlich ist es viel häufiger, als viele annehmen. Der Engländer hat jedenfalls die Gabe, sich vor sich und anderen nicht seines religiösen Gefühls zu schämen«.

Auch der Völkerverbundgedanke ist in England zu einer religiösen Idee geworden, täglich wächst die Zahl der Anhänger der League of Nation's Union, immer breiter wird die Front derer, die sehr ernsthaft auf Frieden und Verständigung hinarbeiten.

Die englische Buchproduktion betrug im Jahre 1926 etwa 13 000 Bücher, davon entfallen auf:

Neue Bücher	Broschüren	Übersetzungen
8489	1099	401

Diese Produktion verteilt sich auf etwa 90 Verleger. Eine genaue Zahl der englischen Sortimente läßt sich schwer angeben, weil der Buchervertrieb nicht immer nur in den Händen von Buchhändlern liegt. Man kann aber mit etwa 1000 englischen Sortimenten rechnen. Der Buchladen ist im englischen Straßenbild keineswegs eine so häufige Erscheinung wie in Deutschland.

Über die Tätigkeit der englischen Werbestelle (National Book Council) habe ich hier bereits früher berichtet. Es genügt deshalb, auf den im Börsenblatt 1926, Nr. 126 erschienenen Artikel hinzuweisen. Es ist interessant, daß die englische Werbestelle eine Art Verein ist, der Autoren, Verleger, Sortimenter und Privat-

personen zu Mitgliedern hat und allein durch diese Mitglieder unterhalten wird. Es wird von dieser englischen Buchwerbestelle angestrebt, auch in anderen englischen Städten Zweigvereine ins Leben zu rufen.

Die Bibliotheken nehmen in England eine ganz andere Stellung ein als in Deutschland. Die öffentlichen Bibliotheken sind oft nach amerikanischem Muster geleitet. Die deutsche Reformbewegung im Bibliothekswesen wird hier sehr genau verfolgt, und der Kinderbücherei wird hier wie auch in Amerika eine ganz besondere Aufmerksamkeit zuteil. Von den öffentlichen Bibliotheken wird neuerdings eine ganz zielbewußte Lesepropaganda getrieben, auf die ich an dieser Stelle deshalb nicht eingehen kann, weil uns hier zuerst die rein buchhändlerischen Probleme interessieren. Sehen wir uns deshalb einmal die Organisation englischer Leihbibliotheken an. Der Engländer, so sagte kürzlich ein wichtiger literarischer Schriftleiter, sieht das Bücherlesen als ein Laster, den Bücherkauf aber als eine unverzeihliche Sünde an. Der zweite Teil dieser Behauptung wird durch die Existenz der großen Leihbibliotheken bestätigt, von deren Umfang wir uns in Deutschland keine rechte Vorstellung machen können. Das Entleihen jeweils eines Bandes kostet von 12 Schilling pro Jahr bis zu etwa 45 Schilling. Bei dem höheren Preis wird dem Abonnenten der Leihbibliothek garantiert, daß er jedes in England erschienene Werk innerhalb achtundvierzig Stunden erhält (bei einer geringen Mehrzahlung werden auch ausländische Bücher besorgt). Aber nicht nur die große Buchhandlung unterhält solche Leihbibliotheken, sondern auch ein großes Drogegeschäft, das über 700 Filialen in ganz England hat, besitzt in 315 seiner Filialen völlig eingerichtete Leihbibliotheken. Wenn man berücksichtigt, daß einzelne dieser großen Bibliotheken monatlich bis zu 250 000 (in Worten zweihundertfünzigtausend) Bücher ausleihen, wird man sich ohne weiteres klar, daß nicht nur die Verlagsproduktion des Verlegers, sondern auch die Werbearbeit des Verlages auf diese Leihbibliotheken gewisse Rücksicht nehmen muß.

Die Werbemittel des englischen Verlegers unterscheiden sich nicht wesentlich von denen der deutschen Kollegen. Das Buchplakat wird in England noch verhältnismäßig wenig benutzt. Der Grund dafür ist darin zu suchen, daß die Schaufenster der englischen Buchläden, von denen später noch die Rede sein wird, meist anders aufgebaut sind als bei uns. Ferner kommt noch hinzu, daß die Plakatkunst hier bei weitem nicht so entwickelt ist wie in anderen Ländern und daß trotz einzelner ausgezeichnete Werbeplakate, trotz der sehr regen jüngeren Künstlerschaft das englische Plakat hier noch nicht weitere Aufgabenbereiche erobert hat. Es gibt auch in England eine ganze Reihe Buchplakate, aber es fehlt hier noch, ähnlich wie bei uns, an einer Künstlerschaft, die auf das Buchplakat hinarbeitet, wie das z. B. in Amerika schon der Fall ist.

Der englische Prospekt ist meistens in schöner Type auf sehr gutem Papier gedruckt. Einzelne dieser englischen Prospekte sind typographische Musterbeispiele. Der Einzelprospekt ist hier verhältnismäßig selten, doch begegnet man häufiger Einzelprospekten mit humoristischen Bildern. Der englische Prospekt

*) Frankfurter Societätsdruckerei, Abt. Buchverlag, Frankfurt a. M.